第一图书网, tushu007.com

<<管理学>>

图书基本信息

书名：<<管理学>>

13位ISBN编号：9787302242123

10位ISBN编号：7302242127

出版时间：2010-12

出版时间：清华大学出版社

作者：（美）贝特曼，（美）斯奈尔 著

页数：546

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

前言

在我国高校，用英语或双语教授专业课程（以下简称：英／双语教学）始于改革开放引进热潮，历经30年，虽发展不快，仍在缓慢推进。
20世纪80年代，改革开放后留学归来的教育界学者们不仅引进了各学科先进的研究成果，也随之引进了西方高校的教材。
以清华大学出版社为领军的国内出版社适时地引进了西方优秀教材的影印版，推动了一些高校开始在专业课程中开展英／双语教学。
2007年以来，国家教育质量工程专设的“国家高校双语教学示范课程建设点”的评定项目被视为政府教育发展的政策风向标，正有力地推动着高校英／双语教学的发展。
但对英／双语教学的必要性，我国高校内部一直争议不断。
争议首先围绕着中国人用英语教学的必要性。
在公认英语是目前世界通用语言的前提下，英／双语教学的必要性取决于我国高校师生是否有必要及时汲取世界最新的知识和研究成果。
答案是不言而喻的。
况且英／双语教学省却了翻译过程，可以避免常见的信息减损和曲解问题。
不过。
信息发布者——教师的英语演讲能力和信息接收者——学生的英语解读能力不足又成为开展英／双语教学的障碍。
因而常见的反对意见是，开展英／双语教学，课堂教学内容就会缩水，因为讲授者和听众都得花费精力和时间解译内容。
如此看来，我国开展英／双语教学的高校教师必须应对挑战，洞察在我国现有条件下用英文原版教材开展英／双语教学的利和弊，并找到可行的扬长避短的路径。
在经济开放和全球化的大趋势推动下，我国中小学英语教学分量加重，英语普及程度逐年提高，高校新生的英语基础愈益扎实；教师的英语能力也随着师资的新陈代谢而日见增强。
这一趋势无疑在为英／双语教学营造越来越有利的条件。
尽管如此，不同于以英语为主要语言或官方语言的一些国家，英语在我国的普及率仍较低。
在青少年中，英语的普及程度和英语应用能力还仅处于初级水平；高校中能用英语演讲的教师尚属少数，且熟练程度还有待大幅提高。
这样的师生英语基础，使得英／双语教学面临巨大的挑战。
同时。
在多数的中国高校课堂里，教学任务多被视为逐章讲解某本教材的内容。
本土中文教材通常是400～500页的32开本，含理论框架、主要知识点、计算方法和习题。
但案例和故事不在其中，多由教师在讲解时添加，以演示和诠释理论要点。
迄’今仍然普遍盛行的“填鸭式”、“满堂灌”的传统教学法侧重于传授知识，从多数评教指标可见，只要学生感觉教师讲得精彩、有条理、能解惑，就算教学成功。
而引进的国外教材篇幅通常较长，16开大本，500～800页。
习惯于上述传统教学法和评价标准的人们自然会产生一个疑问：在有限的课时内，这么厚的教材，怎么讲得完？
其实，发达国家多数高校对学生阅读量的要求远远大于我国高校（即使是中文课本和资料），名校更是如此。
它们的教材不仅涵盖理论框架和基本概念，而且富含长短不一、详简各异的演示性案例、故事和大量习题，总之它便于学生自学。
课堂讲解只占一半课时，其余课时常被用于师生讨论和互动。

内容概要

本书既按照管理学的基本理论框架——计划、组织、领导和控制，又紧紧围绕竞争优势的五个重要因素——成本、质量、速度、创新和服务进行介绍。
全书内容丰富实用，既全面介绍了管理学的基本内容，又与最新的理论进展和管理实践密切相关；实践性和时代感强，收录了许多管理案例和实践练习，既能帮助老师有效地组织教学，又能使学生或职业经理人学习到最新的理论和实践方法。
　本书适合作为经济管理类专业本科生和mba的教材，．也是管理实践工作者自我学习和提高的有效工具。

作者简介

托马斯·S．贝特曼(Thomas S．Bateman)弗吉尼亚大学McIntire商学院教授和管理领域协调人，讲授领导学等课程。
之前曾在北卡罗来纳大学Kenan-Flagcr商学院讲授组织行为学课程，还曾在欧洲管理发展学院(IMD)做访问教授。

贝特曼教授是一个活跃的管理研究者、作家和顾问。
他担任几个学术期刊的编委，发表了管理决策、工作压力、谈判、工作满意度等方面的多篇论文。
目前与诺基亚、新加坡航空公司、布鲁金斯研究院、美国商会、自然保护组织、Lexis Nexis等公司或机构合作。

书籍目录

第一部分 管理的基础 第1章 管理 第2章 外部环境与组织文化 第3章 管理决策 第二部分 计划：陈述战略价值 第4章 计划与战略管理 第5章 道德与公司责任 第6章 国际管理 第7章 新企业 第三部分 组织：建立动态组织 第8章 组织结构 第9章 反应型组织 第四部分 领导：激励人 第12章 领导 第13章 绩效激励 第14章 团队管理 第15章 沟通 第五部分 控制：学习与变革 第16章 管理控制 第17章 管理技术与创新 第18章 创造和管理变革 术语表

章节摘录

插图：The controls in place at Legal Sea Foods have helped the Boston-based restaurantgroup write a business success story. Another control-based success was Dell in itsearly years, when it gained market share as it perfected an individualized but rapidsystem for getting desktop and laptop PCs into the hands of consumers and businessusers. But more recendy, Dell has stumbled？

Consumers have been more interestedin low prices from discounters than in DeU's customization. Efforts to save money byoutsourcing customer service led to widespread complaints about poor quality. Thenthe federal government announced that it was investigating financial irregularities inits reporting systems. When Dell said it would restate its earnings, the NASDAQstock market nearly removed the company from its listing. How can a company thatonce was so successful run into so many problems, and how can a restaurant successstory like Legal Sea Foods occur in an industry loaded with competitors and subject tonumerous variables？

These examples are two sides of one coin: control a means ormechanism for regulating the behavior of organization members. Left on their own,people may act in ways that they perceive to be beneficial to them individually butthat may work to the detriment of the organization as a whole. Even well-intentionedpeople may not know whether they are directing their efforts toward the activitiesthat are most important. Thus, control is one of the fundamental forces that keep theorganization together and heading in the right direction.

编辑推荐

《管理学:全球竞争中的领导与合作(第9版)》：美国商学院原版教材精选系列·清华十二五规划教材

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com